



Estanis Alcover
i Martí
President de la
Premsa Comarcal
ACPC - FCPC

OPINIÓ

Reptes de futur

MENTRE ELS GRANS DIARIS

del país polemitzen sobre la imminència o no d'una fi momentània, o potser definitiva, de l'època de prosperitat de la premsa, els editors associats a l'Associació Catalana de la Premsa Comarcal ja saben, de sempre, que han de fer mans i mànigues per poder subsistir amb uns ingressos publicitaris més restringits, i intentant aprofitar tots els mitjans possibles que tenen al seu abast que els permetin generar nous ingressos.

Pel que ens arriba dels congressos internacionals, els editors es mouen en un apassionat debat al voltant de la necessitat dels periòdics de crear un nou model empresarial que els permeti afrontar els actuals desafiaments financers, administratius i tècnics, així com també per assegurar la seva continuïtat i prosperitat en els propers anys.

Al mateix temps, el problema de les vendes continua essent, ara més que mai, objecte de discussió. Personalment, crec que la premsa comarcal ha de ser honesta i no parlar ja de *boom*, ja que està patint, com tots, la caiguda de vendes al quiosc, de les subscripcions així com de la publicitat. Hi ha honroses excepcions, que confirmen la regla. Sóc de l'opinió que allò que cal

català, els editors van anar més lluny. Es van estudiar estratègies que ara la nova junta de l'entitat intenta fer viables per així poder prosperar en el nou context. Però caldrà, també, una immersió pel fons de l'associació per, des de la memòria dels seus inicis a Canyamars (l'any vinent complirà un quart de segle), dissenyar els camins que han de dotar en els propers anys aquesta premsa tradicional d'unes eines millors i d'una més gran efectivitat com a conjunt patronal.

aquesta tònica general amb la captació del lector jove i l'aprofitament del nou lector que està creant en els darrers anys el fenomen de la premsa gratuïta, contra la qual –o conjuntament amb la qual– els editors catalans hem de fer valer l'enginy.

Treballem des d'un panorama actualitzat de les tendències i innovacions en el món de la premsa i compitem amb dues novetats interessants: per una part, la dignificació de la figura del periodista en la premsa comarcal i, per l'altra, l'atenció necessària a les noves cultures i a les noves llengües, ja que estem plenament convençuts del paper que hi podem jugar en aquest fenomen, que ens afecta cada vegada de manera més directa.

Els editors de premsa comarcal hem d'entendre que la qualitat és rendible i que, a més, la

influència social només es pot aconseguir per mitjà d'aquesta qualitat, perquè, naturalment, els lectors intel·ligents, el que ens demanen són una sèrie de productes que estiguin a la seva alçada: creativitat, audàcia, una altra mirada al que és obvi...

Perquè és clar que la diferència és un valor i un periòdic comarcal també està obligat a decidir si vol ser o no un *commodity* o un article de valor afegit. En aquest darrer cas, cal invertir en intel·ligència, assumint problemes i treballant per al futur, així que és preferible tota aquesta incertesa a la previsibilitat de la rutina assumida i no qüestionada.



Ferran Pous

La nova junta que tinc l'honor de presidir fa especial atenció als nous conceptes publicitaris i de vendes d'exemplars que les publicacions han de manejar per rendibilitzar al màxim les seves activitats comercials, i a les "millores pràctiques" que poden adoptar seguint l'exemple d'empreses periodístiques més eficients, efectives, econòmiques i emprenedores d'arreu.

En aquest sentit, examinarem les vendes de les publicacions al quiosc, amb una comissió de treball destinada a analitzar com es pot aturar aquesta pèrdua de lectors i així poder invertir

La premsa comarcal ha de ser honesta i no parlar de *boom* ja que esta patint, com tots, la caiguda de vendes i de publicitat

fer és afrontar el futur des de la humilitat, no mirar-nos el melic i fer molta feina.

L'any passat, en el Congrés de l'ACPC, a més de reflexionar sobre la situació de la premsa comarcal en el mercat